



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# **KIERTÄVÄ LOUNASVAUNUMYYNTI TAM- PEREEN YLIOPISTOLLISESSA KESKUSSAI- RAALASSA**

Katri Peltoniemi

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2015  
Palvelujen tuottamisen ja  
johtamisen koulutusohjelma



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

KATRI PELTONIEMI

Kiertävä lounasvaunumyynti Tampereen yliopistollisessa keskussairaalassa

Opinnäytetyö 51 sivua, joista liitteitä 8 sivua  
Marraskuu 2015

---

Tämä opinnäytetyö tehtiin Tampereen yliopistollisen keskussairaalan ruokapalveluyksikön toimeksiannosta. Työn aiheena oli kiertävä lounasvaunu, jonka tarkoituksena on helpottaa sekä sujuvoittaa henkilökunnan ruokailua, omassa työpisteessään. Työssä käsitellään lounasvaunutoiminnan pilotoinnin käynnistämistä sekä siihen liittyviä tarvittavia toimintoja ja hankintoja.

Lounasvaunuprojektiin valittiin yhdeksän hengen pilottiryhmä, joka lähti suunnittelemaan lounasvaunumyynnin aloittamista. Ryhmä kartoitti ja valitsi myyntipisteet, henkilöstölle suunnatun kyselyn avulla. He suunnittelivat sekä hankkivat lounasvaunu oheislaitteineen ja suorittivat tuotevalikoiman laatimisen sekä hinnoittelun. Asiakaspalvelutehtävään valikoituneelle henkilöstölle pidettiin täydentävä koulutus liittyen palveluun. Lounasvaunutoiminnalle tehtiin lain edellyttämä omavalvontasuunnitelma. Pilottiryhmä suunnitteli ja toteutti markkinointisuunnitelman.

Haasteen työlle antoi itse vaunu, koska markkinoilta ei löytynyt tarkoitukseen sopivaa lounasvaunua valmiina. Toivomuksiemme lisäksi vaunun valmistaja joutui ottamaan valmistuksessa huomioon lain asettamat vaatimukset. Lisäksi aikataulua venytti hankintojen hoitaminen hankintatoimiston kautta.

Lounasvaunutoiminta käynnistyi syksyllä 2015. Opinnäytetyö rajattiin päättymään lounasvaunutoiminnan käynnistymiseen.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Service Management

**KATRI PELTONIEMI**

Mobile Lunch Vending Cart at Tampere University Central Hospital

Bachelor's thesis 51 pages, appendices 8 pages  
November 2015

---

This thesis was made for an assignment given by Tampere University Hospital Food Service. The subject of the study was a lunch cart, the purpose of which is to make it easier for the staff to have their meals in their own workstations. This work covers the start, related operations and procurement of the lunch cart.

For the project a nine-person group was selected, who started to design the lunch cart pilot project. The group charted and chose the outlets with the help of a survey targeted to the staff. They planned as well as acquire the cart with attachments. They also planned the range of products and pricing. An in-house control plan, required by the legislation, was compiled for the cart. The pilot group designed and implemented a marketing plan.

A challenge to the work was the cart because a suitable lunch cart was not found on the market. Besides to the wishes of the orderer, the manufacturer of the cart had to take into account the requirements of the legislation. In Addition, the schedule was delayed because the purchases had to be made through the procurement office.

The operation was launched in the autumn of 2015. The thesis work was determined to end at the start of the lunch cart operation.

---

Key words: lunch cart, customer service, in-house control plan

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KOHDEORGANISAATIO .....	6
2.1	Pirkanmaan sairaanhoitopiiri .....	6
2.2	Tays Ruokapalvelut .....	7
3	ASIAKASPALVELU .....	9
3.1	Palvelu .....	9
3.2	Palvelun laatu .....	11
3.2	Asiakaspalvelutapahtuman vaiheet.....	15
4	MARKKINOINNIN TEHTÄVÄT .....	17
5	ELINTARVIKEHYGIENIA.....	18
5.1	Elintarvikehygieniaosaaminen.....	18
5.2	Elintarvikkeiden säilytys.....	18
6	RUOANKULJETUSVAUNUT .....	21
7	OMAVALVONTA .....	25
8	KIERTÄVÄN LOUNASVAUNUMYYNNIN PROSESSI .....	27
8.1	Prosessikuvio .....	27
8.2	Lounasvaunun pilottiryhmä .....	28
8.3	Myyntipaikat .....	28
8.4	Hankinnat.....	29
8.5	Tuotevalikoima .....	33
8.6	Henkilökunta.....	37
8.7	Markkinointi .....	37
8.8	Omavalvonta .....	38
9	YHTEENVETO .....	40
10	POHDINTA.....	41
	LÄHTEET.....	42
	Liite 1. Myyntivaunun pilotointi asiakaskyselyn tulokset.....	44
	Liite 2. Lounasvaunun hoitajan työnkuvaus.....	49
	Liite 3. Markkinointi juliste.....	50
	Liite 4. Myyntivaunun toiminta .....	51

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö tehtiin Tampereen yliopistollisen keskussairaalan (Tays) ruokapalveluyksikön toimeksiannosta. Työn tavoitteena on ruokapalvelun parantaminen uuden konseptin käyttöön ottamisella Tampereen yliopistollisen keskussairaalan henkilöstöruokailuun. Uusi konsepti on kiertävä lounasvaunu, josta myydään lounaita, salaatteja sekä jälkiruokia ennakoon sovituissa pisteissä. Myyntipisteet sijaitsevat henkilöstöruokalasta kaukana olevassa yksikössä. Lounasvaunussa ei myydä niin kutsuttuja kahvila tuotteita, kuten makeisia, virvokkeita, leivonnaisia tai muuta kahvilasta ostettavia tuotteita. Maksaminen lounasvaunussa tapahtuu ainoastaan pankki- ja luottokortilla tai Timcon-kulkuapilla. Kiertävä lounasvaunu pilotointi aloitettiin syksyllä 2015.

Prosessin alkaessa lounasvaunutoiminta suunniteltiin yhteistyössä asiakkaiden kanssa. Opinnäytetyössä kartoitettiin ja valittiin myyntipisteet, hankittiin lounasvaunu ja oheistuotteet, laadittiin tuotevalikoima sekä hinnoiteltiin tuotteet. Myös myyntitoimintaan soveltuva henkilökunta valittiin ja koulutettiin lounasvaunumyyntiin sekä asiakaspalveluun. Lisäksi suunniteltiin lounasvaunutoiminnan markkinointi ja omavalvonta. Lounasvaunun varsinaisen myynnin ja menekin seurannan sekä kannattavuuden selvitystyön teki ulkopuolinen asiantuntijayritys.

Opinnäytetyön aihe oli mielenkiintoinen, koska konsepti lounasvaunusta on aivan uusi eikä vastaavaa ole käytössä muualla. Lounasvaunutoiminnan avulla pyritään helpottamaan sairaalan henkilökunnan ruokailumahdollisuutta omassa työpisteessään. Lisäksi tämä mahdollistaa työntekijöille työn luonteen mukaisen aikataulun ruokailutauolle. Haastavaa tässä prosessissa oli oikeanlaisen lounasvaunun saaminen ja aikataulussa pysyminen.

## 2 KOHDEORGANISAATIO

### 2.1 Pirkanmaan sairaanhoitopiiri

Pirkanmaan sairaanhoitopiiri (Pshp) on 23 kunnan muodostama kuntayhtymä. Sen tehtävänä on tuottaa terveyttä ja toimintakykyä edistäviä terveydenhuollon palveluja sekä luoda edellytyksiä tätä tukevalle tieteelliselle tutkimukselle ja koulutukselle. Pirkanmaan sairaanhoitopiiriin kuuluvat Tampereen yliopistollinen sairaala Tays sekä Vammalan ja Valkeakosken aluesairaalat. (Pshp 2015a.)

Henkilöstöä oli vuoden 2014 aikana keskimäärin 6 817 henkeä koko Pirkanmaan sairaanhoitopiirin palveluksessa. Henkilöstöstä yli 60 prosenttia on hoitohenkilöstöä, noin 15 prosenttia huoltohenkilöstöä ja reilu kymmenesosa lääkäreitä. Kymmenesosa henkilöstöstä on hallinto- ja toimistohenkilöstöä sekä tutkimushenkilöstöä. (Pshp 2015a.)

Toukokuun 2015 tilastojen mukaan Tampereen yliopistollisella keskussairaalalla on virkoja tai toimia sekä sivuvirkoja yhteensä 5436. Sairaalan henkilökunta jakautuu moneen eri rakennukseen, joista kantatalo koostuu 11 eri rakennuksesta ja niitä yhdistää maanalainen yhdystunneli. Rakennukset ovat G, Cx, K, A, B, C, P, Q, H, M ja R. Erillisiä rakennuksia, jotka eivät ole yhdystunneliin yhdistettynä, ovat FM 1-6-7, Z 1-5, ja O rakennukset sekä Y- talot. Kuvassa 1 näkyy, kuinka kaikki rakennukset Taysin alueella on merkitty kirjain tunnuksilla.



KUVA 1. Tays aluekartta (Pshp.2015.)

Kantatalon rakennuksista P, H, M ja R löytyy mahdollisuus henkilökunnan sekä vieraiden ruokailuun. Muissa kantatalon rakennuksissa ei ole henkilöstöruokalaa tai erillistä kahvilaa, josta voisi ostaa aterioita. Näiden rakennuksien henkilökunta käyttää vaihtoehtoisesti Tampereen yliopistollisen keskussairaalan ravintokeskuksen ruokasalia, joka sijaitsee H-rakennuksessa tai palvelutalon kahvila-ravintolaa, P-siivessä, M-rakennuksessa sijaitsevaa ruokalaa tai Radiuksen kahvilan palveluita, jotka löytyvät R-rakennuksesta. Monet tuovat myös omat eväät ja nauttivat ne omissa taukahuoneissaan.

Kantatalon B-siipeen kuuluvat vuodeosastot, teho-osasto, synnytyssalit sekä leikkaussalit. Työntekijöitä näillä osastoilla on yhteensä yli tuhat henkeä. K-siipi koostuu erilaisista poliklinikoista, naistentautienosastosta ja ensiavusta (Acuta). Näiden osastojen työntekijämäärä on yli 500 henkilöä. C-siivessä sijaitsevat lasten osastot, joissa henkilökunnan määrä on noin 400. (Pshp 2015a.) Näiltä osastoilta henkilökunnan ruokasaliin on matkaa sen verran, että ruokatauosta kuluu merkittävä osa matkaan. Kyseisillä osastoilla on lisäksi hyvin nopeasti vaihtuva työrytmi, jossa tilanteet sekä taukoajat joudutaan mukauttamaan työn mukaan päivittäin. Uudenlainen tuote, kiertävä lounasvaunu, on suunniteltu näille osastoille tuomaan helpotusta sekä nopeuttavat lounastaukojen pitämistä omassa työpisteessä.

## **2.2 Tays Ruokapalvelut**

Tampereen yliopistollisen keskussairaalan Ruokapalveluiden vastuualueeseen kuuluvat Keskussairaala, Pitkäniemen sairaala ja Kaivannon sairaala. Näissä kolmessa ravintokeskuksessa valmistaa 120 alan ammattilaista vuosittain yli 1,6 miljoonaa ateriaa potilaille, henkilökunnalle ja vierailijoille. Ruokapalveluiden tehtävänä on tuottaa potilaille ravitsemussuositusten mukaisia, maukkaita ja laadukkaita aterioita vuoden jokaisena päivänä. Lisäksi sairaalan henkilökunnalle valmistetaan ravitsemussuositusten mukaisia maistuvia aterioita henkilöstön jaksamista ja hyvinvointia lisäämään. (Pshp. 2015b.)

Ruokasali (kuva 2) toimii perinteiseen tapaan, henkilökunta tulee paikalle ja ostaa haluamansa lounaan ja nauttii sen paikan päällä. Vaihtoehtona on noutolounas, joka on valmiiksi pakattu jäähdytetty lounas ja sen voi viedä nautittavaksi omaan työpisteeseen.



KUVA 2. Henkilökunnan ruokasali

Ruokapalveluiden uudessa lounasvaunukonseptissa on annospakatut jäähdytetyt lounaat, kasvislounaat, salaattiannokset ja jälkiruoat, jotka viedään myyntivaunulla lähemmäksi henkilökunnan työpistettä sovittuun myyntipisteeseen. Täältä henkilökunta voi käydä ostamassa haluamansa annoksen, jonka he voivat nauttia työn antaman mahdollisuuden mukaisesti oman työpisteensä taukahuoneessa.



### 3 ASIAKASPALVELU

#### 3.1 Palvelu

Palvelu määritellään auttamiseksi, hyödyksi olemiseksi, avuksi tai palvelun tekemiseksi toiselle ihmiselle. Toimintaa, jossa asiakaspalvelija käyttää taitojaan, tietoaan ja rakentaa asiakkaan tarpeille sopivan kokonaisuuden, kutsutaan palveluksi. Asiakaspalvelijalta vuorovaikutustilanteessa edellytetään viestintä- ja tunnetaitoja. Asiakaspalvelutilanteessa samanaikaisesti kohtaavat palvelun tuottaja eli asiakaspalvelija ja asiakas, joka on palvelun kuluttaja. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 96.)

Palvelu voidaan kuvata aineettomaksi silloin, kun asiakkaat käyttävät palvelusta ilmaisuja luottamus, tunne, kokemus ja turvallisuus. Palvelu on sarja prosesseja tai tekoja, joita kulutetaan sekä tuotetaan samanaikaisesti. Palvelua ei voi varastoida niin kuin tavaroita, mutta asiakasta pitää yrittää varastoida. Esimerkkinä ravintolan ollessa täynnä voi pyytää asiakasta odottamaan vapautuvaa pöytää baarissa. (Grönroos 1998, 53–54.)

Palvelutilanteessa kohtaa asiakas ja asiakaspalvelija. Onnistuneeseen kohtaamiseen vaikuttavat samanaikaisesti asiakkaan ja asiakaspalvelijan taustat ja kokemukset. Palvelutilanne, palveluilmapiiri ja asiakaspalvelutilanteessa olevat toiset ihmiset voivat vaikuttaa myös kohtaamisen onnistumiseen. Yhtiön maine, arvot, normit ja palveluvalikoima ovat osa onnistunutta palvelutilannetta. (Ylikoski ym. 2006, 97.)

Palvelutilanteessa asiakaspalvelija ei monestikaan tunne asiakasta. Asiakaspalvelija luo oman käyttäytymisensä ja palvelun tuntemuksensa pohjalta riippuen siitä, mihinkä segmenttiin asiakaspalvelun näkökulmasta kuuluu. Asiakaspalvelutilanteissa on löydetty asiakastyyppejä, jotka käyttäytymiseltään poikkeavat toisistaan. (Ylikoski ym. 2006, 97.)

Asiakaspalvelutilanteiden erilaiset asiakastyypit, voidaan kuvailla seuraavilla nimikkeillä. **Tiedon etsijä**, ostotilanteessa aktiivinen kyselijä, joka haluaa olla varma omasta päätöksestään. **Rutiiniostaja**, joka suorittaa oston tai asioinnin rutiinilla ilman tietojen kyselyä. **Kuuntelun tarvitsija**, joka voi olla hyväntahtoinen ihminen, jolla ei tuttavapiirissä ole tarpeeksi kuuntelijoita. Hän haluaa avoimesti keskustella kaikenlaisista asioista

kyseisen palvelutilanteen lisäksi. **Avun tarvitsija**, joka on passiivinen usein vuorovaikutustilanteissa. Hänelle päätöksen teko on vaikeaa, joten hän luottaa täysin muiden apuun. **Vaatiija** toivoo tehokasta ja hyvää palvelua asiakaspalvelijalta. Ellei palvelu miellytä, vaatiija voi olla jopa tyly. **Riippumaton**, hän tietää mitä haluaa ja tekee päätöksensä itse ilman asiakaspalvelijan apua ja voi jopa suhtautua negatiivisesti asiakaspalvelijan ehdotuksiin. **Räjähtäjä** on monesti palvelutilanteeseen tultaessa valmiiksi jo aggressiivinen ja hyökkäävä. (Ylikoski ym. 2006, 97–98.)

Asiakaspalvelijan ollessa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, hänen odotetaan käyttäytyvän hyvien tapojen mukaisesti. Hänen odotetaan myös noudattavan eri tilanteisiin sopivia sosiaalisia sääntöjä. Asiakaspalvelijan on mukauduttava erilaisiin rooleihin edellä kuvattujen asiakastyypin mukaisesti. Seuraavat palveluroolit havainnollistavat asiakaspalvelijan tarvitsemia taitoja eri tilanteissa. (Ylikoski ym. 2006, 98.)

**Tiedonvälittäjän** rooli on antaa tietoa asiakkaan pyynnöstä tai oma-aloitteisesti. Hän käyttää asiakkaan ymmärtämää kieltä ja sanastoa kertoessaan palveluista. Asiakaspalvelutilanteessa joillakin aloilla voi olla tietoa runsaasti. Näin ollen asiakaspalvelija voi joutua käyttämään yhtiön asiantuntijoita, jonka takia häneltä toivotaan organisaation tuntemista ja yhteistyötaitoja. **Rutiinimyyjä** kohdatessaan rutiiniostajan saattaa toimia kaavanmukaisesti. Rooli palvelutilanteessa on kohtelias, ystävällinen käytökseltä ja myyntiprosessin hallitseva. Palvelutilanne hoidetaan tehokkaasti ja suoraviivaisesti. **Empaattikko** on paikallaan kuuntelun tarvitsijalle. Rooli sisältää hyvän kuuntelutaidon lisäksi tuttavallista keskustelutaitoa. Empaattikko nauttii auttamisesta ja on valmis ymmärtämään. **Aloitteen tekijä** on päättämättömän avun tarvitsijan pelastus. Rooli palvelutilanteessa on aktiivinen vaihtoehtojen tarjoaja, joskus yhden vaihtoehdon suosittelija. **Tehomyyjä** on paikallaan kohdatessaan vaatiijan, jonka odotus on osaaminen ja tehokas toiminta. Palvelutilanteessa rooli on ripeä, aktiivinen, tavoitteellinen ja eri vaihtoehtojen hallinta on hyvä. **Sovittelija** on rähjääjän rauhoittelija. Sovittelijan rooli vaatii omien tunteiden hallintaa, rauhallisuutta ja taitoa sovitteluun ristiriitatilanteissa. Sovittelija yleensä valitsee sanansa oikein ja osaa kuunnella tilanteen mukaisesti. (Ylikoski ym. 2006, 98–99.)

Asiakaspalvelijan on tärkeää ymmärtää, että erilaisia asiakkaita voi palvella eri tavoin, mutta kaikkia heitä on palveltava samalla arvonannolla. Asiakkuus on kehittyvä ilmiö ja tämä on asiakaspalvelijoiden sisäistettävä. Ylimielinen palvelu voi koitua yrityksen

turmioksi. Ylikriittinen asiakas on hyvä mitoitus palveluntasolle. (Lahtinen & Isoviita 1998, 60.)

Asiakaskokemus on asiakkaan oma mielikuva siitä, minkälaista palvelua hän on saanut asioidessaan yrityksessä. Asiakaskokemus muodostuu tunteesta, mielikuvasta ja kohtaamisesta ja on näiden asioiden summa. Asiakaskokemus ei ole näin päätellen, rationaalinen päätös vaan kokemus, johon vaikutuksen antaa tunteet ja alitajunnan tulkinta. Yritys voi itse valita, minkälaisia kokemuksia he asiakkailleen pyrkivät luomaan. (Löytänä & Kortesus 2011, 11.)

Asiakaskokemuksista paras on se, joka vahvistaa asiakkaan identiteettiä, minuutta ja omakuvaa. Mitä voimakkaammat tunteet ja mielikuvat kohtaamisessa syntyvät, sitä voimakkaampi on asiakaskokemus. Asiakaskokemuksiin tarvitaan elämyksiä, jotka ovat myönteisiä sekä yllätyksellisiä. Silloin, kun asiakas saa itselleen mieleisen kokemuksen yrityksessä, hän yleensä palaa uudelleen hakemaan lisää vastaavanlaista kokemusta. (Löytänä & Kortesus 2011, 48–49.)

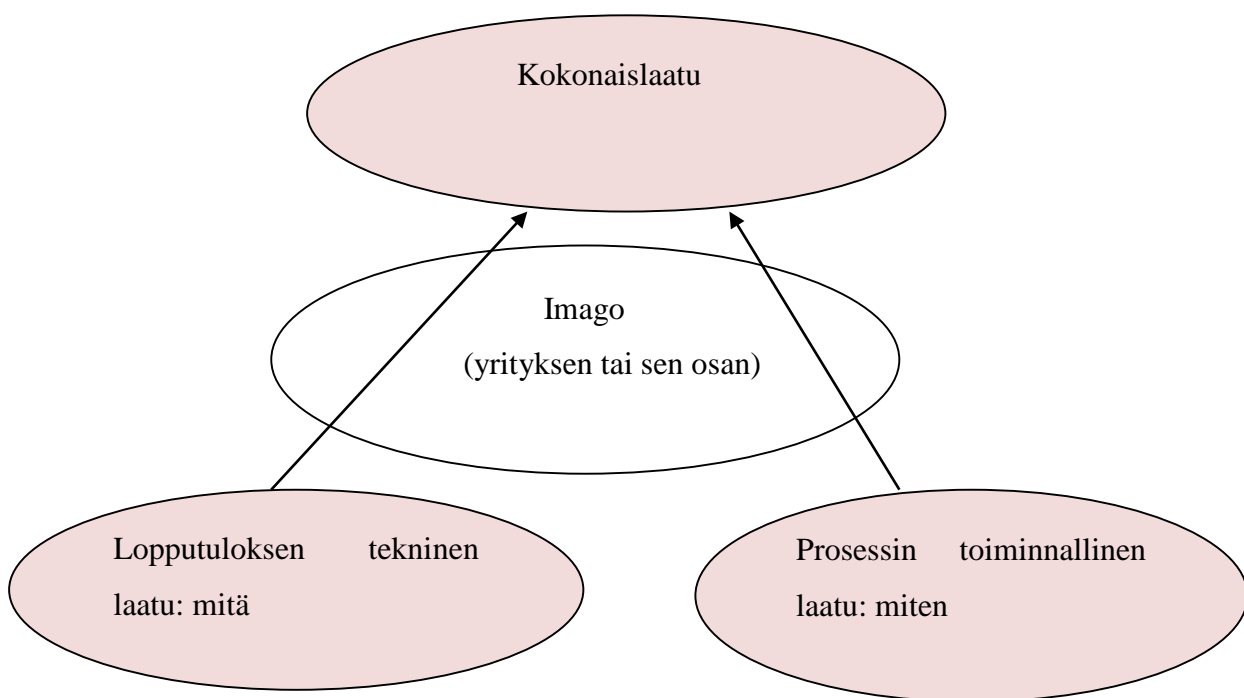
Asiakaskokemuksen kehittäminen ja johtaminen alkaa ydinkokemuksesta. Tämän on oltava kunnossa ennen kuin yritys voi ja pystyy tuottamaan odotuksia ylittäviä kokemuksia. Ydinkokemus on yksinkertaisesti yrityksen perustehtävän toteuttamista. Esimerkiksi henkilöstöruokala tuottaa laadukasta lounasta henkilökunnalleen ja posti välittää kirjeitä asiakkailleen. Ydinkokemuksen ollessa kunnossa yritys nousee seuraavalle askelmalle, jota nimitetään laajennetuksi kokemukseksi. Laajennetun kokemuksen tarkoituksena on tuoda lisäarvoa yrityksestä asiakkaan silmiin. (Löytänä & Kortesus 2011, 61.)

### **3.2 Palvelun laatu**

Asiakkaan kokema palvelun laatu jaetaan kahteen laatu-ulottuvuuteen: tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessitulottuvuus. Tekninen palvelun laatu kuvastaa sitä, mitä asiakas saa vuorovaikutustilanteessa yrityksen kanssa. Toiminnallinen palvelun laatu kertoo sen, miten asiakas saa ja kokee palvelun. Nämä laadun ulottuvuudet mitä ja miksi eivät kosketa ainoastaan palveluita. (Grönroos 1998, 63–64.)

Asiakas kokee palvelun laadun luottamukseen liittyvänä asiana. Asiakkailla on odotukset ja mielikuva eri tuotteiden nimistä. Nimen sekä brändin perusteella odotetaan tasalaatuisia tuotteita, mihin voi luottaa. Yritykset haluavat luoda mielikuvan palveluiden, toiminnan ja tuotteen laadusta ja tuotteet antavat mielikuvan laadusta, palvelusta ja luottamuksesta. (Valvio 2010, 55–58.)

Palvelutuotantoprosessin tuloksen tekninen laatu on sitä, mitä asiakas saa ollessaan vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa. Asiakas mieltää tämän monesti koko toimitetun tuotteen laaduksi vaikka kyseessä on vain yksi laadun ulottuvuus. Prosessin toiminnallinen laatu on toinen ulottuvuus, joka tarkoittaa, miten asiakas saa palvelua ja miten hän kokee samanaikaisen kulutus- ja tuotantoprosessin. Kuviossa 1 näkyvät palvelun laadun kaksi laadun perusulottuvuutta. (Grönroos 1998, 64–65.)

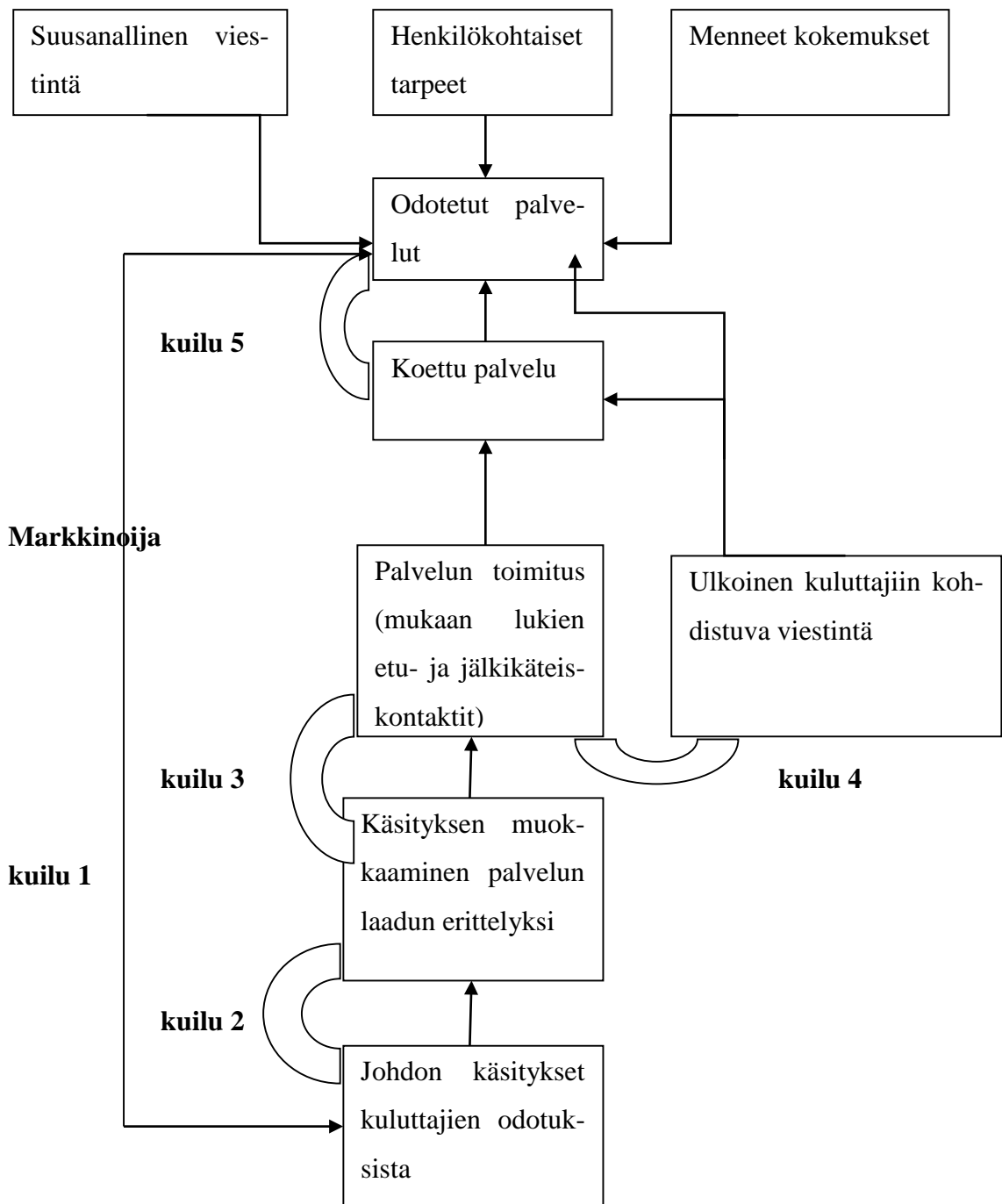


KUVIO 1. Kaksi palvelun laatu-ulottuvuutta (Grönroos 1998, 65; mukailtu)

Laadun parannus tulee olla jatkuva prosessi yrityksessä. Yrityksen johdon tulee ylläpitää ja kehittää henkilöstön keskuudessa laatuikäyttämistä. Kaikilta jäseniltä organisaatiossa vaaditaan laadun arvostusta sekä laadun parannuskeinojen ymmärrystä. (Grönroos 1998, 95.)

Laatuongelma muodostuu, jos palvelua ei ole hyvin suunniteltu. Mielipiteet palvelusta sekä niiden toimivuudesta asiakkaiden ja palvelun tarjoajan välillä jäävät erilaisiksi. Tämä johtaa siihen, että palvelun odotusten ja koetun palvelun välille muodostuu kuilu. Näin asiakkaan tuntema ja kokema palvelun laatu huononee. Palvelun laadun parantamiskeinojen ja laatuongelmien lähteiden analysointiin Berry on kollegoiden kanssa kehittänyt niin kutsutun kuiluanalyysimallin. (Grönroos.1998, 101.) Kuiluanalyysin malli esitetään kuviossa 2.

Kuvion 2 perusteella kuilu 1 merkitsee sitä, että johto näkee puutteellisesti laatuodotukset. Syitä tähän kuiluun on seuraavia. Tieto, joka tulee alhaalta organisaatiosta johdolle, on puutteellinen tai vähäinen. Liian monimutkainen ja raskas organisaatio, jolloin asiakaskontakteista ylöspäin kulkiessa tieto pysähtyy tai muuttaa muotoaan. Tiedon odotukset on ehkä tulkittu virheellisesti. Kuilu 2 tarkoittaa sitä, että johdon laatuodotusnäemykset ja palvelun laatuvaatimukset eivät ole yhdenvertaisia. Syyt kuilu 2 syntymiselle ovat suunnittelun puutteet, virheet ja huono johtaminen. Tavoitteita ei ole selkeästi asetettu organisaatiossa eikä ylin johto tue riittävästi palvelun laadun suunnittelua. Kuilussa 3 ei palvelun tuotanto- ja toimitusprosessissa noudateta laatuvaatimuksia. Syitä löytyy työntekijöistä, he eivät halua muuttaa käyttäytymistään hyvän laadun vaatimusten mukaiseksi. Tekniikka ja järjestelmä eivät anna tukea eivätkä helpotusta toiminnalle. Yrityksessä on huonoa johtamista palveluoperaatiossa sekä puutteita sisäisessä markkinoinnissa tai sisäinen markkinointi on vähäistä. Kuilu 4 on markkinaviestinnän kuilu, joka ilmoittaa sen, että toimitettu palvelu ja markkinaviestinnässä annetut lupaukset eivät ole johdonmukaisia. Eräs syy voi olla taipumus liioitella ja lupaila liikoja. Kuilu 5 kertoo koetun palvelun laadusta, jos se ei ole yhdenmukainen odotetun palvelun kanssa. Seurauksena syntyy huonoa laatua, negatiivista sanallista viestintää, yrityksen imagon kielteistä vaikutusta ja pahimmillaan liiketoiminnan loppumista. (Grönroos 1998, 102–108.)

**Kuluttaja**

KUVIO 2. Käsitteellinen kuiluanalyysimalli (Grönroos 1998, 102; mukailtu)

Kuiluanalyysin tarkoituksena on ohjata johtajia löytämään syyt laatuongelmiin ja keksimään keinoja kuilun umpeen kuromiseen. Johdon tehtävänä on seurata yrityksessä sen eri toimintojen laatuvaikutusta ja ymmärrettävä tuotannon olevan vain yksi laadun lähde. Asiakkaalle laatu on sitä, mitä hän kokee. Varsinainen hyvän laadun varmistus on yrityksen organisaation tehtävä. (Grönroos 1998, 111–113.)

### 3.2 Asiakaspalvelutapahtuman vaiheet

Asiakaspalvelutapahtuma koostuu seitsemästä eri vaiheesta. (kuvio 3). Palvelun saapumisvaihe on se tila, kun asiakas saapuu palveltavaksi. Tässä vaiheessa luodaan hyvä ensivaikutelma, varmistetaan palvelun käyttö ja tiedotetaan palvelusta. Hyvään ensivaikutelmaan vaikuttavat muun muassa palveluympäristö, kontaktihenkilöstö, muut paikalla olevat asiakkaat, yrityksen imago ja asiakkaan odotukset. Negatiivista ensivaikutelmaa ei voi milloinkaan muuttaa.



KUVIO 3. Asiakaspalvelutapahtuman vaiheet (Lahtinen & Isoviita 1998, 69; mukailtu)

Odotusvaiheessa asiakaspalvelijan on huolehdittava asiakkaiden oikea-aikaisista vuoroista eli hänen oltava selvillä kenen vuoro on seuraavaksi. Tarvetäsmennysvaihe on asiakkaan tarpeiden sekä toiveiden selvittämistä kyselemällä, katselemalla ja kuuntelemalla. Alkuvaiheessa on hyvä esittää avoimia kysymyksiä ja lisäksi myös johdattelevia kysymyksiä. Asiakasta on myös osattava kuunnella ja hänen on annettava olla äänessä.

Myyntikeskusteluvaiheessa tuodaan esille asiakasta kiinnostavat tuotteen ominaisuudet. Palvelun päätösvaihe alkaa siinä vaiheessa, kun asiakas on halukas ostamaan tuotteen tai asiakas ilmaisee haluttomuutensa ostoon. Asiakaspalvelijan on hyväksyttävä, että asiakas ei aina osta tuotetta. Palvelusta poistumisvaihe on hoidettava niin, että asiakas on tyytyväinen poistuessaan. Asiakkaan jälkihoitovaihe on asiakassuhteen jatkuvuuden varmistamista. Asiakkaan huomioonottaminen ja hyvästely poistumisvaiheessa ovat erittäin tärkeitä toimenpiteitä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 69–81.)

Asiakaspalvelu on esiintymistä ja henkilö, joka toimii asiakaspalvelussa, viestii yritystään asiakkaille kehon kielellä. Hymyileminen ja myönteisyyden eli oman innostuneisuuden näyttäminen kannattaa. Palvelutilanteessa myös katsekontaktilla on iso merkitys. Se luo asiakkaalle tunteen, että hänet on huomioitu. Pelkät eleet eivät kuitenkaan luo hyvää palvelukokonaisuutta, vaan tarvitaan myös puhetta ja keskustelua. (Valvio 2010, 114–118.)

Asiakkaan tullessa myymälään asiakaspalvelija on avainroolissa asiakaskokemuksen luomisessa. Myynnin ja asiakaspalvelun välillä ei ole eroa. Molemmilla tehtävä on ratkaista asiakkaan tarpeet sekä luoda asiakkaalle merkityksellinen kokemus. (Löytänä & Korteso 2011, 86–87.)

Taitotalon kongressikeskuksen keittiöpäällikkö Jarmo Vähä-Savo kiteyttää onnistuneesti asiakkaan arvostuksen sanoin. ”Jokainen, joka näistä ovista tulee sisään, ansaitsee tulla tervehdityksi ja huomioituksi. Asiakasta pitää katsoa silmiin, oli volyyymi mikä tahansa. Se ei maksa paljon.” (Launis 2015, 35.)



## 4 MARKKINOINNIN TEHTÄVÄT

Markkinoinnin tehtävä yrityksessä on luoda asiakkaille mielikuva yrityksestä sekä sen tuotteista. Sen tehtävänä on tuoda lisää asiakkaita sekä tukea myyntiä. Markkinointi vastaa myös asiakkaan tyytyväisyydestä ja prosessista myynnin jälkeen. Asiakkaan näkökulmasta katsottuna markkinointi kohdistuu aina joukkoon ihmisiä, kun pelkkä myynti on henkilökohtaista toimintaa ihmiseltä ihmiselle. (Löytänä & Korteso 2011, 92.)

Sisäinen markkinointi on johtamistyyli, jossa esimiestyöskentelyllä tähdätään työntekijöiden motivointiin. Sisäisen markkinoinnin vastuu kuuluu ylimmälle johdolle. Vain heidän arvovallalla saadaan kaikki sitoutumaan asian tärkeyteen. Tavoitteena sisäisellä markkinoinnilla on koko henkilöstön kesken luoda avoin, kannustava ja samanhenkinen työilmapiiri, joka käsittää ylimmän johdon ja koko henkilökunnan yhteisen palvelufilosofian ja ajatustavan laadullisesta näkökulmasta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 92–93.) Sisäisen markkinoinnin työkaluna on koulutus. Koulutus voidaan jakaa kolmeen erilaiseen ryhmään. Henkilökunnan palvelu-, viestintä- ja myyntitaitojen kehittämiskoulutus, asennekoulutus myönteiseen palvelustrategiaan ja kokonaisvaltaisen näkemyksen opettaminen. (Grönroos 1998, 92.)

Mainonta on kilpailukeinona selvästi näkyvin. Tehtävänä sillä on viestiä nopeasti ja tehokkaasti tuotteesta. Mainoskampanjassa on tärkeimmässä osassa kohderyhmän ja mainosvälineen valinta sekä mainossanoman muotoilu. Mainoskampanjan ajoitus ja mediavalinta liittyvät läheisesti toisiinsa. Nämä on suunniteltava niin, että kampanjan teho on halutunlainen. (Lahtinen & Isoviita 2001, 175, 201.)

## **5 ELINTARVIKEHYGIENIA**

### **5.1 Elintarvikehygieniosaaminen**

Elintarvikealalla työskentelevien henkilöiden tulee hallita perusasiat elintarvikehygieniasta. Osaamisella elintarvikehygieniassa tarkoitetaan perusteiden hallintaa, taitojen ja tietojen ylläpitoa sekä niiden jatkuvaa päivittämistä. Lisäksi se on muutoksien huomioimista osana yrityksen omaavalvontaa. Elintarvikehygieenisen osaamisen päämäärä on varmistaa, että elintarvikealan toimija tuottaa asiakkaalle turvallisia elintarvikkeita. (Evira 2015a.)

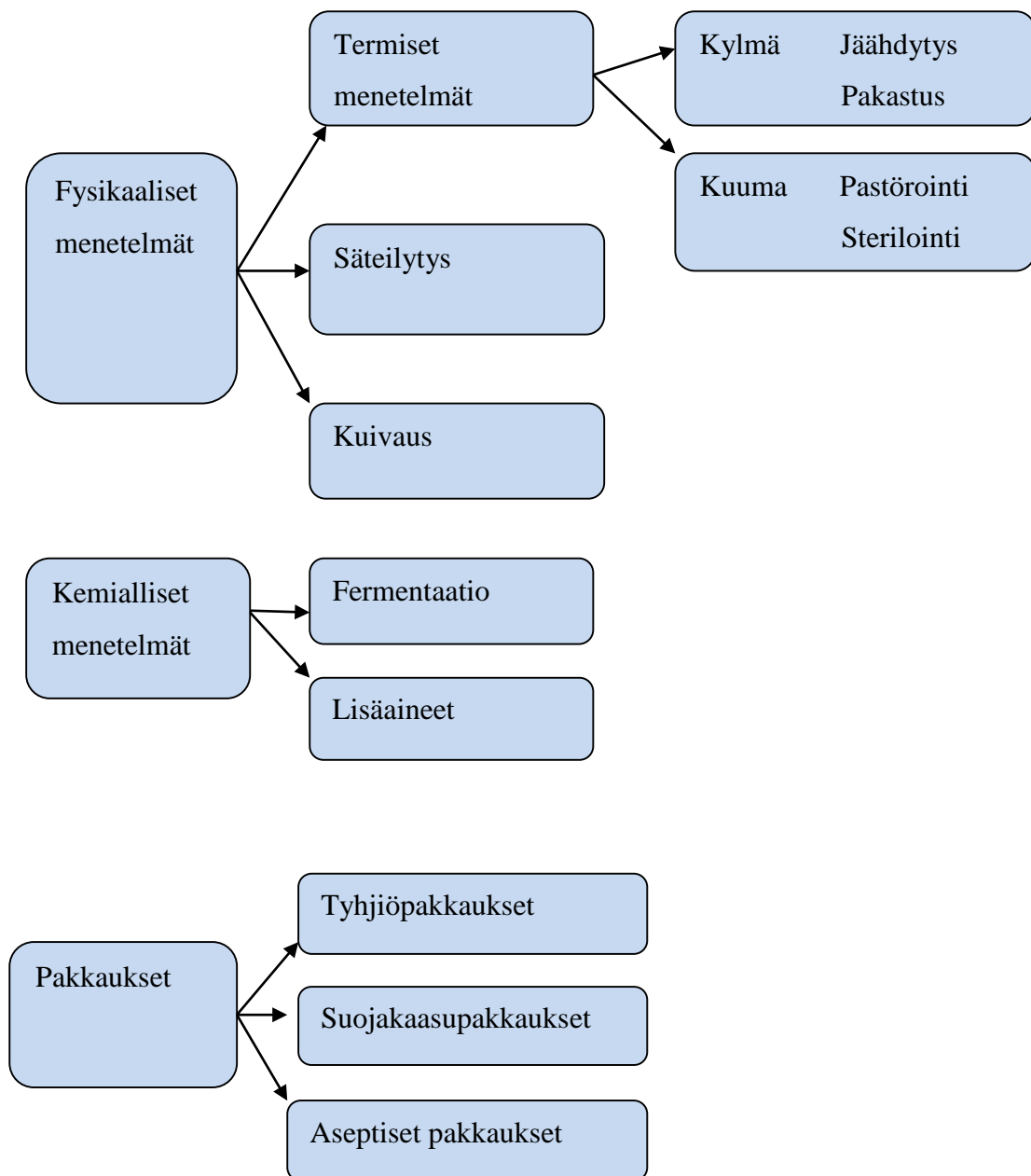
Elintarvikehygieenisestä osaamisesta on säädetty yleinen elintarvikehygieniasetus (852/2004/EU), elintarvikelaki (23/2006) ja Eviran määräys hygieniosaamisesta (1/2009). Näissä veloitetaan elintarvikealan toimijaa omalla kustannuksellaan koulutamaan ja ohjaamaan työntekijöitään työtehtävissään asetuksen ja lain edellyttämällä tavalla. Työnantajan tai elintarvikealan toimijan on lisäksi varmistettava, että henkilöillä, jotka käsittelevät työkseen pakkaamattomia ja helposti pilaantuvia elintarvikkeita elintarvikehuoneistossa on osaamistodistus (hygieniapassi) osoituksena osaamisesta elintarvikehygieniassa. (Evira 2015a.)

Elintarvikehygieeninen osaaminen osoitetaan osaamistodistuksella Eviran mallin mukaisesti. Osaamistodistus on A4-kokoinen paperinen todistus ja luottokortin kokoinen muovinen hygieniosaamiskortti. Kumpikin todistus käy osoituksena elintarvikehygieenisestä osaamisesta. Osaamistodistus on aina henkilökohtainen. Osaamistestejä ja osaamistodistuksia myöntävät Elintarviketurvallisuusviraston (Evira) hyväksymät itsenäiset osaamistestaajat. (Evira 2015a.)

### **5.2 Elintarvikkeiden säilytys**

Mikrobien selviytymiseen ja lisääntymiseen elintarvikkeissa merkittävästi vaikuttavat valmistus, pakkaaminen, käsittely sekä säilytys. Mikrobien tuhoamisen yleisin menetelmä on kuumentaminen. Vegetatiivisista pilaaja- ja patogeenibakteereista useimmat tuhoutuvat +60–70 °C lämpötilassa. Lämpötilojen avulla taas kontrolloidaan mikrobien

kasvua, sillä pakastaminen ja kylmäsäilytys estävät tai hidastavat bakteerien kasvua, mutta eivät aina tuhoa niitä. Elintarvikkeiden säilyvyys nykyisin perustuu jatkuvaan kylmäsäilytykseen eli kylmäketjuun. Pakkaustekniikkaa hyödyntämällä voidaan vaikuttaa elintarvikkeiden säilyvyyteen hallitsemalla mikrobien toimintaa. Kuviossa 4 on menetelmät elintarvikkeiden säilyvyyden parantamiseen. (Korkeala 2007, 298–299.)



KUVIO 4. Elintarvikkeiden säilyvyyden parantamiseen käytettävät menetelmät (Korkeala 2007, 298; mukailtu)

Elintarvikkeita pitää säilyttää oikeassa lämpötilassa. Säilyttäminen niin sanotussa vaaravyöhykelämpötilassa tulisi olla mahdollisimman lyhytaikaista. Hyvänä muistisääntönä voi pitää bakteerien nopean lisääntymisen tapahtuvan  $+10\text{ }^{\circ}\text{C}$ - $+60\text{ }^{\circ}\text{C}$  lämpötilassa. Tätä lämpötilaa tulee välttää joka tilanteessa elintarvikkeen turvallisuuden ja säilyvyyden varmistamiseksi. (Korkeala 2007, 299.)

Oikealla lämpötilan hallinnalla voidaan tuhota ja hidastaa haitallisten mikrobien toimintaa. Ruuan lämpötila kuumana säilytettävänä tai tarjoiltavana on oltava vähintään  $+60\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Kuumennettu elintarvike, joka on kuumaksi valmistettu, on jäähdytettävä  $+6\text{ }^{\circ}\text{C}$  neljässä tunnissa, jos sitä ei käytetä heti. Turvallinen lämpötila helposti pilaantuvien elintarvikkeiden säilytykseen jääkaapissa on alle  $+6\text{ }^{\circ}\text{C}$ . (Evira 2015.)

## 6 RUOANKULJETUSVAUNUT

Elintarvikelaissa on mainittu elintarvikkeiden säilyttämisen oikeissa lämpötiloissa olevan erittäin tärkeää elintarvikkeen laadun ja turvallisuuden takaamiseksi. Kylmäsäilytystä vaativa elintarvike säilyy viimeiseen käyttöpäivään asti vain, jos sitä säilytetään valmistajan ohjeen mukaisesti. Lämpötilojen säännöllisellä seuraamisella voidaan varmistaa oikeat säilytyslämpötilat. Ulkomyynnissä tulee huolehtia siitä, että kylmäsäilytystä vaativien elintarvikkeiden myynti ja säilytys tapahtuu kylmässä. Lämpötilavaatimukset koskevat myös elintarvikkeiden varastointia ja kuljetusta sekä myyntipäivän aikana, että myyntipäivien välillä tai varastolta myyntipaikalle siirtymisen aikana. Kylmäketju ei saa katketa missään vaiheessa ja lämpötiloja on pystyttävä myös seuraamaan. (Evira 2015c.)

Markkinoilla löytyy ruoankuljetusvaunuja monelta eri yrityksiltä. KOPAL GLA kylmäkaapissa on eristys ja jäähdytys lämpötila-alue  $+3\text{ }^{\circ}\text{C}$ - $+10\text{ }^{\circ}\text{C}$  (kuva 3). Vakiovarusteena kaappiin kuuluu irrotettavat johteet GN 1/1-astioille ja johdeväli on 80 millimetriä. Täyttökapasiteetti on 10 kiloa/johde ja ovet aukenevat  $270$  astetta ja pysyvät auki magneetin avulla. Vaunun yläkaide on ruostumatonta terästä, alaosaa kiertävä törmäyssuoja on ruostumatonta terästä muovieristeellä. Vaunuja on saatavissa lisäksi leveänä mallina, joissa kaksi kylmäkaappia vierekkäin. (Kopal 2015.)



KUVA 3. Ruoankuljetusvaunut (Kopal 2015)

Metos on yksi tunnetuimpia suurkeittiö ja ravintola-alan laitevalmistajia ja heiltä löytyvät ruuankuljetusvaunut, jotka soveltuvat niin kylmien, kuin kuumienkin ruokien säilytykseen ja kuljetukseen (kuva 4)



KUVA 4. Ruuankuljetusvaunu Metos Deliver JW-TWO (Metos 2015)

Vaunussa on kaksi kammiota, kooltaan 335 x 495 x 533 millimetriä ja nämä ovat mitoitettu GN astioille. Paksut seinät ovat polyuretaania ja tiukasti sulkeutuva ovi tiivisteen säilyttää oikean lämpötilan kammioissa. Oven avaamista helpottaa tulpattu painentasausaukko ja lisäksi muotoillut kahvat helpottavat nostamisessa ja kuljetuksessa.

Metoksella on myös helposti käsiteltävä vaunu ruoan kuljetukseen ja säilytykseen (kuva 5). Kaappi on tehokkaasti lämpöeristetty. Levyjohteet (78 millimetriä johdeväli) ovat irrotettavat. Ovenssa on pitävä lukitus ja silikonitiiviste. Kammio on helposti puhdistettava ja iso työntökahva kiertää koko yläosaa ja alaosassa on törmäyssuoja. Vaunu liikkuu neljällä kuulalaakeroidulla kumipyörällä, joista kaksi on kiinteää ja kaksi kääntöpyörää lukituksella.



KUVA 5. Ruuankuljetusvaunu Metos Termia 1000 (Metos 2015)

Malmi-Steel valmistaa sarjatuotantona ruuankuljetusvaunuja (kuva 6). Lisäksi he tekevät asiakkaan toivomuksien mukaisesti yksilöllisiä vaunuja hyödyntäen jo olemassa olevia elementtejään sekä noudattaen lain vaatimia asetuksia. Vaunut on GN mitoitettu 80 millimetrin johdevälillä. Jäähdytysjärjestelmänä toimii Peltier ja jännitteenä on 220–240 voltia. Peltier-elementti on kahdesta erilaisesta materiaalista muodostettu, lämpösähköiseen ilmiöön perustuva yksinkertainen laite. Siinä sähkövirta siirtää lämpöä osien välillä. Sähkövirran vaikutuksesta elementin toinen puoli jäähtyy ja toinen lämpee. Lämpötilan säätö tapahtuu portaattomasti digitaalisella näytöllä. Vaunuissa on helppokäyttöinen oven lukitus ja kestävä ruostumaton muovipinnoitettu törmäyssuoja vaunun alaosassa. (Malmi-Steel 2015.)



KUVA 6. Eristetty jäähdytetty ruuankuljetusvaunu (Malmi-Steel 2015)

Malmi-Steelillä on lisäksi kaksiosainen eristetty kuljetuslaatikko kylmien ruokien jake-  
luun ja säilytykseen (kuva 7). Aktiivinen jäähdytys tapahtuu sähköisellä Peltier-  
elementillä tai kompressorilla jäähdyttimellä (mekaaninen laite jolla kaasun tai höyryn  
painetta lisätään sen tilavuutta pienentämällä). Vaunuun mahtuu 6-48 GN 1/1 tai 8-24  
GN 2/1. (Malmi-Steel.2015.)



KUVA 7. Kaksiosainen ruankuljetuslaatikko (Malmi-Steel 2015)



## 7 OMAVALVONTA

Kirjallisen omavalvontasuunnitelman laatiminen ja toteuttaminen on jokaisen elintarvikealan yrittäjän (elintarvikealan toimijan) lakisääteinen velvollisuus. Tarvittavan kirjallisen aineiston laajuus riippuu mm. toiminnan moninaisuudesta, tuotteiden monipuolisuudesta ja niihin liittyvistä riskeistä. Omavalvontasuunnitelma on tarpeen olla kirjallisena, jotta kaikilla yrityksessä on yhtenevä käsitys oikeista toimintatavoista ja kaikki yrityksessä voivat tutustua työhönsä liittyviin ohjeisiin. Kirjallisesti kuvattu suunnitelma on yhteinen väline myös keskusteltaessa tuotteiden ja toiminnan kehittamisestä. Omavalvontasuunnitelma tulee pitää ajan tasalla jatkuvasti, eli sitä on päivitettävä tarpeen mukaan. (Evira 2015b.)

HACCP-järjestelmä on osa elintarvikehuoneiston omavalvontajärjestelmää ja elintarvikevirasto on julkaissut ohjeen kyseisen järjestelmän laatimisesta sekä toteuttamisesta. Nimi HACCP tulee sanoista Hazard Analysis and Critical Control Points eli vaarojen arviointi ja kriittiset hallintapisteet. HACCP-järjestelmän tarkoitus on valvonnan kohdentaminen tuoteturvallisuuden kannalta olennaisiin kohtiin eli ehkäisemään ennalta tuotteen terveystvaaran eteneminen asiakkaalle. (Evira 2015b.)

HACCP-järjestelmässä vuokaaviot ovat tuotteen tai tuoteryhmän käsittelyn ja valmistuksen kuvaamista tapahtumajärjestyksessä raaka-aineen vastaanotosta jakeluun. Sekä järjestelmään voidaan lisätä tuoteturvallisuuden kannalta tärkeitä tietoja, joita ovat lämpötilat ja viipymäajat. HACCP-järjestelmässä edetään seitsemän periaatteen mukaan vuokaavioita käyttäen. Periaatteet ovat, arvioi vaarat, määritä kriittiset hallintapisteet, laadi seurantakäytäntö kriittisille hallintapisteille ja määritä korjaavat toimenpiteet sekä HACCP- ohjelman validointi ja todentamiskäytännön laatiminen kuten myös HACCP-tallenteet ja - asiakirjat. (Evira 2015b.)

Hyvään omavalvontasuunnitelmaan HACCP:n lisäksi kuuluu järkevä ostopolitiikka sisältäen vaatimukset tavarantoimittajalta, hyvät valmistuskäytännöt oltava, hygieeniset toiminnot ja asioiden oikeassa järjestyksessä tekeminen sekä ennakoivat ohjelmat kuten jätehuoltosuunnitelma, tuholaitosten torjunta ja pesu- ja puhdistussuunnitelma. (Evira 2015b.)

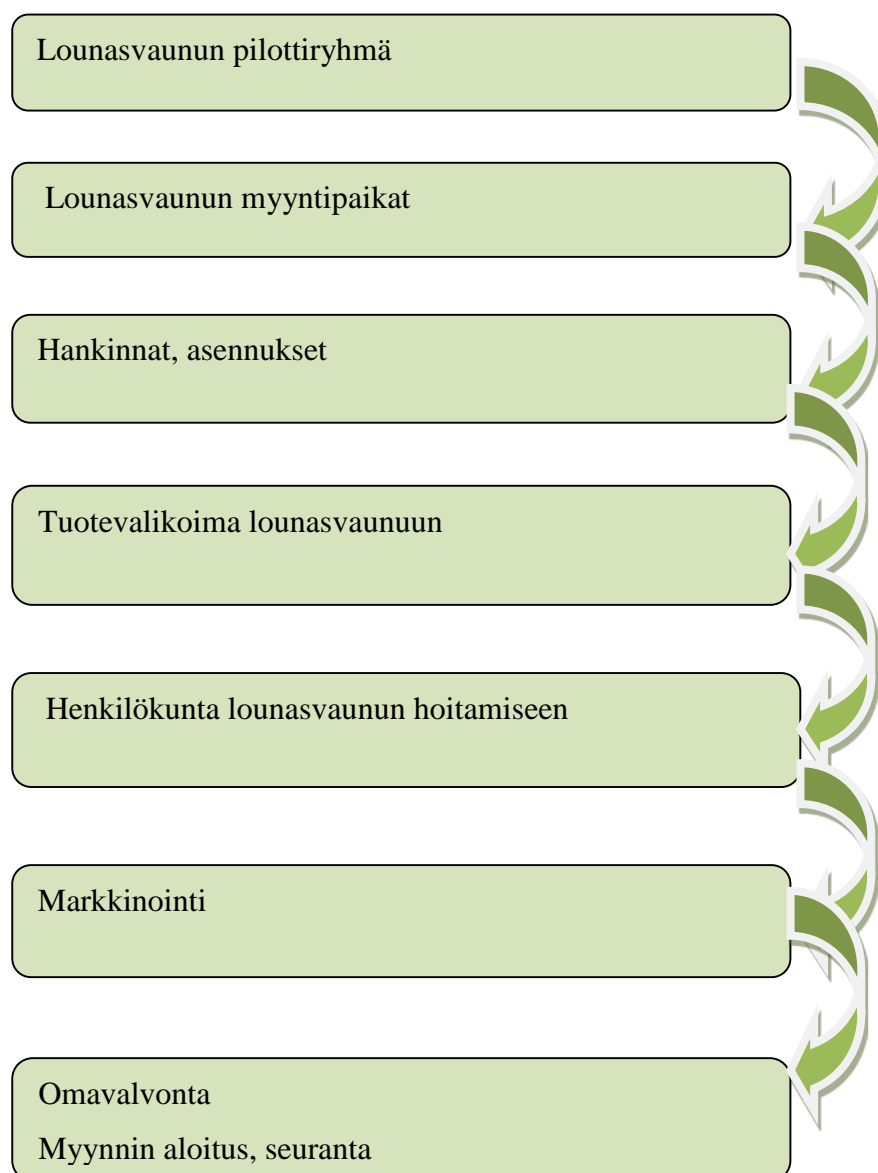
Omavalvontasuunnitelman noudattamista valvoo kunnan valvontaviranomainen, jolta saa myös apua omavalvontasuunnitelman teossa. Yrittäjä säilyttää mittaus- ja analyysitulokset, jotka on saatu omavalvonnassa. Säilytetyt tulokset ovat näin valvontaviran-

omaisen saatavissa tarvittaessa. Tutkimukset ja näytteiden otot, jotka kuuluvat omavaltavontasuunnitelmaan maksaa yritys. (Hatakka, Pakkala, Siivonen & Turja 2004, 105–108.)

## 8 KIERTÄVÄN LOUNASVAUNUMYYNNIN PROSESSI

### 8.1 Prosessikuvio

Tampereen yliopistollisen keskussairaalan henkilöstöravintolan ydinpalvelu on hyvin hallussa ja nyt halutaan luoda asiakkaille laajennettua ruokailukokemusta lounasvaunutoiminnallamme. Asiakkaamme, jotka eivät työn luonteensa vuoksi pääse henkilöstöravintolassa käymään, saavat lounaan lähemmäs työpistettään tuotuna ja näin he voivat itse oman työn aikataulunsa mukaan määritellä, milloin nauttivat lounaansa. Kuviossa 5 on kuvattuna lounasvaunutoiminnan prosessi, joka aloitettiin helmikuussa 2015.



Kuvio 5. Lounasvaunutoiminnan prosessikaavio

## 8.2 Lounasvaunun pilottiryhmä

Helmikuussa 2015 kokoontui ensimmäisen kerran kiertävän lounasvaunun suunnittelu-ryhmä. Ydinryhmään kuului yhdeksän henkilöä, heistä neljä on sairaalan henkilökuntaa eri osastolta ja he käyvät ruokailemassa ruokapalvelujen ylläpitämässä henkilökunnan ruokasalissa, ruokapalvelujen henkilökuntaa viisi, lisäksi tarvittaessa käytettiin ulkopuolisia asiantuntijoita, jotka osallistuivat kutsuttuina ryhmän kokoontumisiin.

Asiakashenkilöt valittiin keskussairaalan lastenosastolta, leikkausosastolta, ensiavusta ja tekniikan puolelta, näin saatiin mahdollisimman laaja-alainen asiakasnäkemyks käyttöön. Asiantuntijoita käytettiin myyntivaunun suunnittelu ja kilpailutus tehtävässä sekä markkinoinnissa. Talon sisäinen tiedotusosasto osallistui aktiivisesti kiertävän myyntivaunun tunnettavuuden lisäämiseen. Ruokapalveluista ryhmään kuului ravitsemispäällikkö, joka toimi prosessin omistajana, kolme ravitsemistyönjohtajaa (joista itse olen yksi ja toimin myös pilottiryhmän puheenjohtajana) ja toimistosihteeri.

Lounasvaunun pilottiryhmä suunnitteli sekä arvioi prosessin meneillään olevan tason mukaiset tarvittavat toimenpiteet. Ongelmatilanteiden selvittäminen sekä varasuunnitelmien tekeminen kuuluivat yhtenä asiana ryhmän tehtäviin. Tärkeänä tehtävänä ryhmällä oli suunnitella prosessi sekä viedä suunniteltu prosessi aikataulun mukaisesti alusta loppuun. Tämän vuoksi ryhmä kokoontui säännöllisesti neuvottelemaan ja tarkastelemaan jo aikaansaatuja sekä seuraavia vaiheita prosessissa.

## 8.3 Myyntipaikat

Lounasvaunun pilottiryhmä kartoitti ja valitsi ehdotettavat myyntipisteet lounasvaunulle. Myyntipaikat suunniteltiin etukäteen sijoitettavaksi sellaisiin paikkoihin, joista on esteetön kulku jalkaisin ja ne sijoittuvat tunneliverkoston varrelle. Myyntipisteitä ajateltiin olevan maksimissaan neljä paikkaa. Maaliskuussa 2015 tehtiin intran (talon sisäinen tiedotusverkko) kautta Webropol-kysely koko keskussairaalan henkilökunnalle kiertävän myyntivaunun mahdollisista myyntipisteistä (liite 1).

Kyselyssä kartoitettiin vastaajien toimialue, työpisteen sijainti sekä kerros missä työpiste sijaitsee. Kyselyssä oli valittavana valmiiksi valitut paikat, joihin myyntipiste olisi hyvä sijoittaa, kun kysyttiin todennäköistä asioimispaikkaa. Asioimispaikoille oli mietitty kierroksen kannalta sujuva aikataulu, josta vastaaja sai valita hänelle parhaimman kellonajan.

Vastauksia kyselyyn tuli 112 kappaletta ja johtopäätöksenä vastauksiin pohjautuen päätettiin myyntipisteiden määräksi kolme asioimispistettä. Myyntivaunu pysähtyy kussakin asioimispisteessä kaksi kertaa. Kerran aamupäivällä ja toisen kerran iltapäivällä. Näin pystytään palvelemaan sekä aamuvuorossa, että myös iltavuorossa työskenteleviä henkilöjä.

Kyselyn perusteella tehdyssä yhteenvedossa päädyttiin seuraaviin myyntipisteisiin ja myyntiajankohtiin.

B-siipi 6 krs hissiaula, klo 10.00–10.20 ja 14.10–14.30

K-siipi 1 krs hissiaula, klo 10.30–10.45 ja 13.45–14.00

C-siipi 1 krs sisäänkäynti, klo 11.00–11.20 ja 14.40–15.00

## 8.4 Hankinnat

Lounasvaunu on kylmävaunu, joka tarvitsee kylmänä pysymiseen sähköä. Myyntipisteisiin asennettiin sähköpistokkeet ja jokaiseen pisteeseen tuli seinään kiinteästi asennettu Timecon-maksupääte (kuva 8). Timecon on kulunvalvontajärjestelmä, johon on lisätty maksuominaisuus, jota voi käyttää Ravintokeskuksen ylläpitämässä henkilökunnan ruokasalissa sekä lounasvaunulla asioidessa.



KUVA 8. Timecon-maksupääte

Myyntivaunuun hankittiin kannettava kassayksikkö, johon ostokset maksetaan. Kassayksikköön kuuluu Texxmo Kaleo 24C kannettava kassapääte (kuva 9) ja Texxmo latausasema (kuva 10).



KUVA 9. Kannettava kassapääte



KUVA 10. Texxmo latausasema

Maksukortilla maksaessa asiakkaalle pitää antaa tosite tapahtumasta eli kuitti. Tätä varten hankittiin Apex 2 lämpökirjoitin (kuva 11) ja tähän akkulatausyksikkö. Pakettiin kuului lisäksi ohjelmistot OscarPOS kassalisenssi ja etähallinta PC-duo.



KUVA 11. Apex 2 lämpökirjoitin

Markkinoilla on erilaisia ruuankuljetusvaunuja, jotka kaikki ovat kaappimallisia ja joissa ei ole aputasoja. Tarkoitukseen soveltuvaa myyntivaunua ei löytynyt markkinoilta valmiina. Laitetoimittajan sekä suunnittelutoimiston kanssa yhteistyössä kehitettiin myyntivaunutoimintaan sopivan vaunu. Lounasvaunu, joka soveltuu jäähdytettyjen ja annospakattujen aterioiden myyntiin valmistettiin Malmi-Steel Oy:n tehtaalla Ruotsissa (kuva 12).



KUVA 12. Myyntivaunu

Vaunu on rakennettu täyttämään omavalvonnassa viranomaisten asettamat vaatimukset. Vaunun on ylläpitotoiminnaltaan kylmävaunu ja toimii 230V sähköliitännällä. Peltier-elementti jäähdyttää vaunun korkeintaan 22 °C alle ympäristön lämpötilan. Parhaan tuloksen edellytyksenä on pitää vaunu päälle kytkettynä noin 10–15 minuuttia sen jälkeen, kun ruokatarvikkeet on asetettu vaunun sisälle. Näin voidaan varmistaa, että asetettu lämpötila saavutetaan oven avaamisen jälkeen. Vaunua on helppo ja kevyt liikutella, koska siihen asennettiin isot kuulalaakeroidut pyörät. Pyörissä on myös lukitsemisen mahdollisuus. Vaunu on kaappimallinen ja siinä on kaksi kahdeksan johteista jäähdytettävää kaappia tuotteiden säilytykseen. Vaunussa on sileä ylätaso ja sivuilla laskettavat aputasot, näin siinä on riittävästi lasku ja työskentelytilaa. Materiaaliltaan vaunu on helposti puhdistettava ja hygieeninen. Vaunun liikuttelun vuoksi alaosaan asennettiin törmäyssuojat ja yläosaa kiertävä kaide, mistä vaunua työnnetään.



## 8.5 Tuotevalikoima

Myyntivaunun tuotevalikoima on valittu noudattamaa samaa linjaa, kun henkilöstöruokalassa on päivittäin tarjolla. Lounas- ja kasvislounasannokset on valmistettu cook and chill -menetelmää käyttäen. Menetelmässä ruoka valmistetaan, valmis ruoka jäähdyytään nopeasti sekä pakataan kylmässä annoksiksi. Lounasruuissa ruokalista kulkee päivän viiveellä, kun verrataan ruokasalin ruokalistaan. Viive johtuu vähäisestä jäähdytyskapasiteetista sekä aikataulun tiukkuudesta. Lisäksi myynnissä on kaksi erilaista salaattiansiannosta joka päivä. Nämä noudattavat ruokasalin salaattipöydän ruokalistaa. Toinen salaateista on vihersalaatti, jossa on päivittäin vaihtuva proteiinilisäke (liha, kala tai kana) ja toinen on niin sanotusti ruokaisampi vaihtoehto, jossa pohjana käytetään riisiä, pastaa tai perunaa. Tässä salaatissa on myös vaihtuva proteiinilisäke. Myytäviin tuotteisiin kuuluu lisäksi valmiiksi pakatut leipäannokset ja päivän jälkiruoka.

Pakkauksia ja pakkausmateriaaleja on markkinoilla erittäin runsaasti. Lounasvaunun tarkoitukseen soveltuvat pakkaukset valittiin Duni-tuotevalikoimista. Kaikkiin noutoannoksiin testattiin sekä valittiin pakkausrasiat niiden käyttötarkoituksen mukaisesti. Lounaan ja kasvislounaan annosrasiaksi valittiin kaksilokeroinen rasia, koska se soveltuu kuumille ruuille, kestää mikroaaltouunissa kuumentamisen, kannessa on höyryaukot ja vetoisuus on sopiva ravintokeskuksen ennalta asettamalle lounaan annoskoolle (kuva 13).



KUVA 13. Annosrasia lounas- ja kasvisruuille

Rasia on myös muodoltaan ja kooltaan sellainen, että niitä mahtuu kerralla GN-vuokaan mahdollisemman monta (kuva 14). GN-astioita mahtuu lounasvaunuun kerralla kahdeksan kappaletta ja yhteen GN-astiaan kahdeksan annosrasiaa.



KUVA 14. Annosrasiat pakattuna GN-vuokaan

Salaattien pakkausrasiaksi valittiin Bagassirasia (kuva 15), koska siinä rasia on kompostoitava eli se on valmistettu sokeriruokojen valmistuksen luonnollisesta sivutuotteesta. Rasian kansi on valmistettu kierrätysmateriaalista. Tämän rasian valintaan suuresti vaikutti pakkauksen ekologisuus, mikä on myös Pirkanmaan sairaanhoitopiirin yksi arvoista. Rasia on reilun kokoinen ja pinottava, joten se soveltuu hyvin tarkoitukseen. Lisäksi haluttiin kirkas kansi, jonka läpi asiakas näkee myynnissä olevan houkuttelevan salaattiannoksen.



KUVA 15. Bagassirasia salaateille

Jälkiruuan pakkausvaihtoehtoja on kaksi kappaletta. Kiisselit, joihin tulee kermavaahto ja vanukkaat, jotka tarjotaan hillon kera, pääsevät oikeuksiinsa kerrospikarissa (kuva 16). Pikari muodostuu kahdesta erillisestä toistensa päälle sopivasta astiasta. Kiisseleiden myynti henkilöstöruokasalissa on vähäinen, joten niiden oletettu myynti lounasvaunussa on vähäinen. Tästä johtuen tämän rasian valinta ei perustu tilan käyttöön, vaan tällä valinnalla haettiin tuotteen myynnin lisäämistä näytävyydellä.



KUVA 16. Jälkiruokarasia kiisselille

Rahkajälkiruuat pakataan kirkkaisiin rasioihin (kuva 17). Rasiat voidaan pinota päällekkäin ja soikea muoto mahdollistaa tehokkaan pakkauksen 100 millimetriä syvään GN-astiaan niitä sopii paljon. Voidaan olettaa, että rahkajälkiruokia, myydään runsaasti lounasvaunusta, koska henkilökunnan ruokasalissakin niitä myydään paljon.



KUVA 17. Rahkajälkiruokarasia

## 8.6 Henkilökunta

Henkilökunta lounasvaunumyyntiin valikoitui jo tällä hetkellä asiakaspalvelutehtävissä työskentelevistä keskussairaalan ravintokeskuksen työntekijöistä. Heille pidettiin täydentävä kahden tunnin mittainen asiakaspalvelukoulutus, missä keskusteltiin tärkeimmistä asioista kasvokkain tapahtuvassa myyntitilanteessa. Koulutus sisälsi puhevuorovaikutusta, nonverbaalia vuorovaikutusta, äänen käyttöä sekä ilmeiden, eleiden ja liikkeiden merkitystä vuorovaikutus tilanteessa. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena koulutus tilaisuuden vetäjänä toimi Sanna Mäkynen.

Myyntivaunun myyntipisteet sijaitsevat eri puolella keskussairaala. Nämä kohteet kierrettiin henkilökunnan kanssa useita kertoja, jotta ne jäivät muistiin, kun varsinainen myyntitapahtuma alkaa. Lounasvaunussa maksetaan pankki- tai luottokortilla ja Timecon-maksupäätteellä. Turvallisuussyiden vuoksi rahaa ei käytetä maksuvälineenä. Uuden kannettavan maksupäätteen käytön henkilökunnalle opasti keskussairaalan ruokapalveluiden toimistosihteeri Päivi Liimatta.

Lounasvaunumyyntiin kuuluvat työt (liite 2) suunniteltiin ja aikataulutettiin yhdessä henkilökunnan kanssa. Työ muodostuu salaattien ja jälkiruokien pakkaamisesta sekä vaunun täyttämisestä ennen lounasvaunun aamupäiväkierrosta. Asiakaspalvelija pitää lounastauon aamupäiväkierrokselta saavuttuaan. Ennen iltapäiväkierrosta hän pakkaa seuraavaa päivää varten kylmät lounaat ja kasvislounaat. Päivän päätteeksi on omaavontasuunnitelman mukaisesti suoritettava lämpötilamittaukset ja myymättömien annoksien hävittäminen. Lisäksi on huollettava ja puhdistettava vaunu seuraavaa päivää varten.

## 8.7 Markkinointi

Lounasvaunumyyntiä markkinoitiin aivan alusta alkaen. Intrassa eli sisäisessä tiedotusverkossa tiedotettiin aina, kun jotakin uutta tapahtui. Varsinainen mainoskampanja aloitettiin viikko ennen lounasvaunun myynnin aloitusta. Osastojen ilmoitustauluille tehtiin markkinointi juliste (liite 3) sekä ruokapalvelujen ruokasalissa olevalla info-tilalla markkinoitiin dia-sarjalla alkavaa lounasvaunutoimintaa. Tampereen yliopistollisen

keskussairaalan viestintäpalveluissa työskentelevä toimittaja Anni Vähälä teki haastattelun pohjalta hyvin positiivisen sekä kattavan kertomuksen sähköiseen tiedotuskanavaan Intraan (liite 4).

## 8.8 Omavalvonta

Ruokapalvelujen jo olemassa olevaan omavalvontasuunnitelmaan lisättiin lounasvaunu-toiminnasta oma osio. Suunnitelmassa kuvaillaan myyntivaunu, minkälainen se on ja kuinka se toimii. Siinä on myyntivaunun myyntipisteet ja myyntiajat sekä siirtymäaika pisteiden välillä. Myynnin kerrotaan tapahtuvan maanantaista perjantaihin. Pakattujen ruoka-annoksien valmistus- sekä jäähdytysprosessi kuvataan sekä annoksien lämpötilojen seuraaminen on osana omavalvontasuunnitelmaa. Annoksissa on tuoteselostetarra, jossa on myyntipäivä, aineosat ja sisällön määrä. Omavalvontasuunnitelmassa on maininta myös, mitä tehdään myymättä jääneille annoksille. Ruokapalvelujen omavalvontasuunnitelma kulkee nimellä Ova.

Myyntivaunusta myydään kylmiä ja pakattuja ruoka-annoksia Keskussairaalan henkilökunnalle. Vaunulla on kolme myyntipistettä eri puolilla sairalarakennusta. Myyntivaunussa on kylmälaiteisto ja vaunun kytketään pistorasiaan myyntipisteissä. Myyntiaika yhdessä pisteessä on noin 15 min, siirtymäaika pisteestä toiseen noin 10 min. Myyntivaunu toimii maanantaista perjantaihin. Myyntivaunun tuotteilla on oma ruokalista, joka perustuu henkilökunnan ruokalistan lounas- ja kasvislounasruokiin, sekä myyntivaunua varten suunniteltuihin ruokasalaatteihin. Lounasruoka ja kasvisruoka valmistetaan ja jäähdytetään myyntiä edeltävänä päivänä. Jäähdytettävä ruoka jäähdytetään heti valmistumisen jälkeen jäähdytyskaapissa. Ruokaan laitetaan sekä kaapin mittari että Ova mittari. Aamutyönjohtaja tarkistaa jäähdytysajan (alle +6 C neljässä tunnissa) ja kuittaa Ova järjestelmään jäähdytettävän ruoan nimen. Annoksissa käytetään valmista, kypsää perunaa.

Ruokasalaatit valmistetaan ja pakataan myyntipäivänä. Annoksista mitataan lämpötila pakkaamisen jälkeen eikä lämpötila saa nousta yli +8 C. Myynnin aikana annosten lämpötilat eivät saa ylittää +12 C. Mittaukset tehdään käsipäätteellä kerran viikossa lämpötilojen mittauspäivänä. Annosten päällä on tuoteselostetarra, jossa on myyntipäivä, aineosat ja sisällön määrä. Tuoteselostetarrat tulostetaan Aromi tuotannonohjausjärjestelmästä. Myymättä jääneet annokset hävitetään. (Tays Ruokapalvelut. 2015.)

Myyntivaunutoiminnalle laadittiin oma perehdytyskansio, johon kerättiin täydellinen tietopaketti koskien myyntivaunutoimintaa. Perehdytys alkaa asiakaspalvelijan toimenkuvasta, työvuoron alkamisesta sen päättymiseen. Kansiota löytyy ohjeet tablettikassan käytölle ja omavalvonnassa tarvittava lämpötilan seurantaavake.

## 9 YHTEENVETO

Lounasvaunutoiminnan aloitus ja tehdyt valinnat lounasvaunua suunniteltaessa osoittautuivat onnistuneiksi. Peltier-jäähdytys jäähdyttää vaunun tehokkaasti ja tämä on todennettu lämpötilamittauksilla. Hyötynä tämän kaltaisesta jäähdytyksestä on, ettei se lisää vaunun kokonaispainoa, mikä tekisi vaunun liikuttamisen hankalaksi. Isot kuulalaakeroidut pyörät tekevät myös vaunun liikuttelun kevyeksi. Aputasot, jotka asennettiin vaunuun, osoittautuivat hyödyllisiksi silloin, kun asiakas maksaa itse. Hän voi laskea ostokset tasolle. Vaunun ylätaso on tasainen ja sen päällä pidetään tablettikassan telakkaa. Telakan pohjassa on liukueste, mikä pitää kassan paikallaan kuljetuksen aikana.

Kertakäyttöastiat, jotka valitsimme lämmitettäviä aterioita varten, ovat käytännölliset ja täyttävät niille asetetut tavoitteet. Astiat ovat osoittautuneet muodoltaan juuri oikeanlaisiksi ja niitä saadaan sopimaan vaunuun yhdellä kerralla kierroksella tarvittava määrä. Salaattirasian kannet ovat osoittautuneet pieneksi pettymykseksi, sillä ne eivät pysy paikalla, jos niitä ei ole huolellisesti napsautettu kiinni.

Vaunun yläosaa kiertävä suojakaide, josta sitä myös liikutellaan, tarjoaa hyvän tuen irralliselle säilytyskorille. Vaunua suunniteltaessa emme huomioineet säilytyskorin tarvetta. Korissa kuljetamme palautekaavakkeita, muovipusseja, kertakäyttöpyyhkeitä ja muita tarvikkeita.

Asiakkaiden toivomuksena olemme lisänneet tuotevalikoimaan lisäkesalaatin, näin he saavat kokonaisen ateriakokonaisuuden. Tätä vaihtoehtoa emme olleet huomioineet alkuperäisessä suunnitelmassa.



## 10 POHDINTA

Opinnäytetyön teko oli haastavaa, mutta mielenkiintoista. Koin, että työkokemuksestani ravintokeskuksessa oli hyötyä tätä työtä tehdessäni. Toimeksiantajalta sain paljon tukea sekä opastusta koko projektin ajan. Konsernin sisältä löytyi ammattitaitoa monella osa-alueella. Projekti aloitettiin helmikuussa 2015 ja nopealla aikataululla aloimme suunnitella projektiryhmän kanssa tarvittavia toimenpiteitä lounasvaunutoimintaan. Ruokapalvelulla oli henkilökunnan ruokasalissa myynnissä noutolounaat, joita käytimme testatessamme uusia kertakäyttöastioita lounasvaunua varten.

Konsernin eri osastoilta saimme nopeasti apua, kun tarvitsimme sitä lounasvaunutoiminnan aloitusta varten. Teknisetpalvelut hoitivat tarvittavat sähkötyöt, löytyi henkilökunnan asiakaspalvelukoulutusta sekä viestintäpalveluista markkinointiin tarvittava apu. Ulkopuolinen suunnittelutoimisto neuvotteli laitetoimittajan kanssa meidän toivomuksemme mukaisen lounasvaunun ja näin me saimme mahdollisuuden keskittyä muihin tarvittaviin toimiin.

Työn teki haastavaksi hankintaprosessi, joka on isossa konsernissa hyvin byrokraattinen. Kaikista hankinnoista tehtiin ensin hankintaesitys hankintatoimistoon, hyväksynnän jälkeen käynnistettiin hankintaprosessi. Hankinnan käynnistyttyä toimitusaika oli yleensä neljästä kuuteen työviikkoa. Hankinnat tässä projektissa osuivat kesäaikaan, mikä lisäsi toimitusaikaa kesälomista johtuen neljällä viikolla.

Kokonaisuutena projekti oli opettava. Aikaa kului melkein vuosi, mutta en tiedä, olisiko ollut parempi toteuttaa tämä projekti toisessa järjestyksessä. Kahden viikon toiminnan perusteella, olemme tehneet jo joitakin muutoksia. Kiertävän lounasvaunumyynnin loppullinen kohtalo ratkeaa puolenvuoden käytön jälkeen, koska silloin ulkopuolinen taho tekee loppuraportin lounasvaunutoiminnan kannattavuudesta.

## LÄHTEET

Elintarviketurvallisuusvirasto. 2015a. Elintarvikehygienia. Päivitetty 20.8.2015. Luettu 25.8.2015.

<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/>

Elintarviketurvallisuusvirasto.2015b.Omavalvonta.Päivitetty20.8.2015.Luettu 25.8.2015.

<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/omavalvonta/>

Elintarviketurvallisuusvirasto. 2015c. Ulkomyyntiohje. Päivitetty 4.6.2012. Luettu 13.9.2015.

[http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet\\_ja\\_ohjeet/elintarvikkeet/ulkomyynti/ulkomyyntiohje\\_2012.pdf](http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet_ja_ohjeet/elintarvikkeet/ulkomyynti/ulkomyyntiohje_2012.pdf)

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Hatakka, M, Pakkala, P, Siivonen, P & Turja, M. 2004. Elintarvikehygienia hygieniaosaaminen ja omavalvonta. 1. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kopal. 2015. Ruuankuljetuslaitteet. Luettu 13.9.2015.

<http://www.kopal.fi/tuotteet/06-ruoan-tarjoilu-jakelu-kuljetus/11-tarjoilulaitteet>

Korkeala, H. 2007. Elintarvikehygienia. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Lahtinen, J & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 1. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lahtinen, J & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. 1. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Launis, M. 2015. Parhaita työtapoja etsimässä. Aromi ruuan ja juoman ammattilaisten lehti. 5/2015, 35.

Löytänä, J & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. 2. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Malmi-Steel.2015. Tuotteet. Luettu 13.9.2015.

[www.malmi-steel.fi/tuotteet.html?id=23/55](http://www.malmi-steel.fi/tuotteet.html?id=23/55)

Metos.2015. Ruuankuljetusvaunu. Luettu 13.9.2015.

<http://www.metos.com/page.asp?pageid=prods&languageid=FI&groupid=760&prodid=4133257&title=Ruoankuljetusvaunu%20Metos%20Deliver%20JW-TWO&#.Ve54nRHtmko>

Pshp. 2015a. Henkilöstökertomus 2014. Luettu 21.8.2015

<http://intra.sis.pshp.fi/>

Pshp. 2015b. Ruokapalvelut. Luettu 22.9.2015.

<http://intra.sis.pshp.fi/default.aspx?nodeid=11915&contentlan=1>

Tays ruokapalvelut. 2015. M- asema/ Tukipalvelut/ Tehtäväkohtaiset / Rupa keskussairaala/ Oma valvonta / Oma valvontasuunnitelma 2015. Päivitetty 22.7.2015. Luettu 28.9.2015

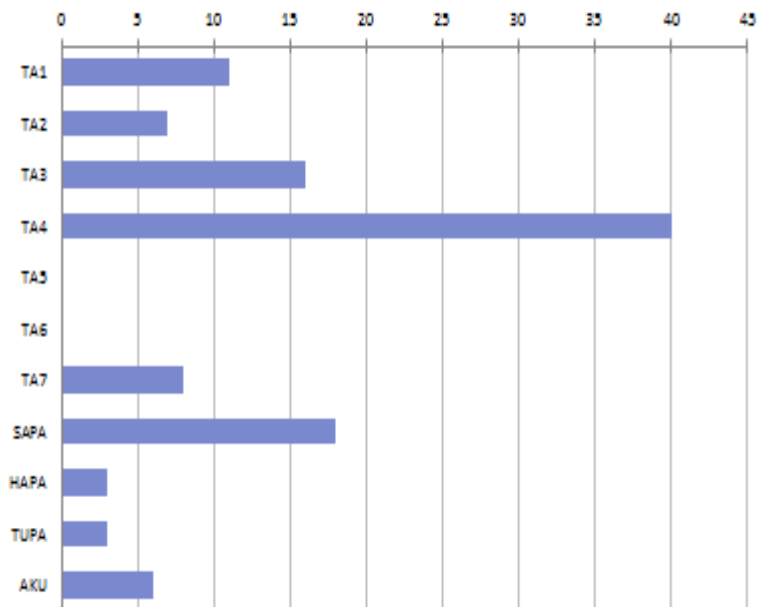
Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Ylikoski, T, Järvinen, R & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu. 2. uudistettu painos. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

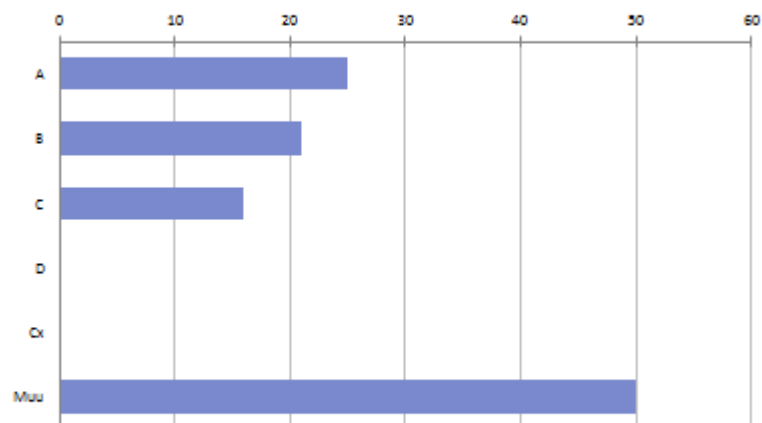
## Liite 1. Myyntivaunun pilotointi asiakaskyselyn tulokset

1(5)

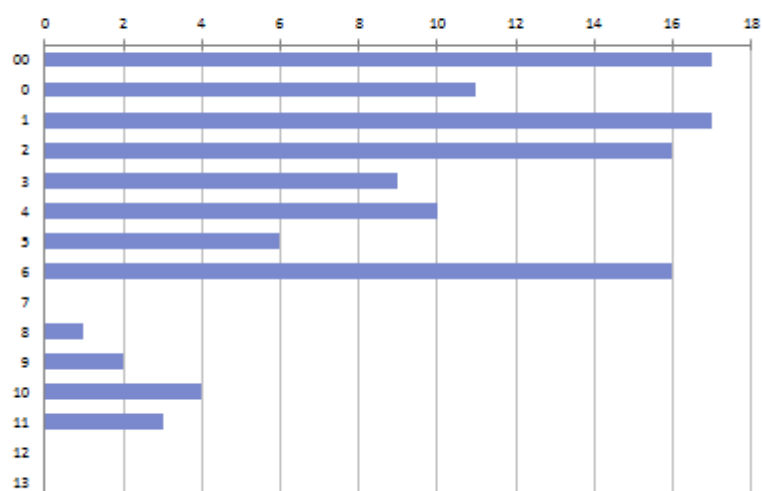
Millä toimialueella työskentelet (N=112)



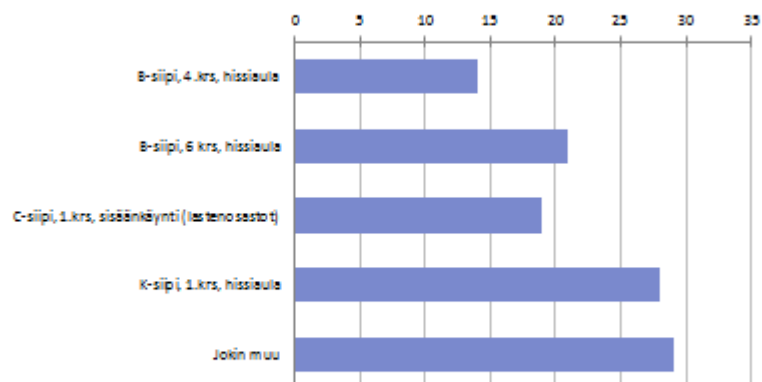
Missä työpisteesi sijaitsee? (N=112)



## Missä kerroksessa työpisteesi sijaitsee (N=112)



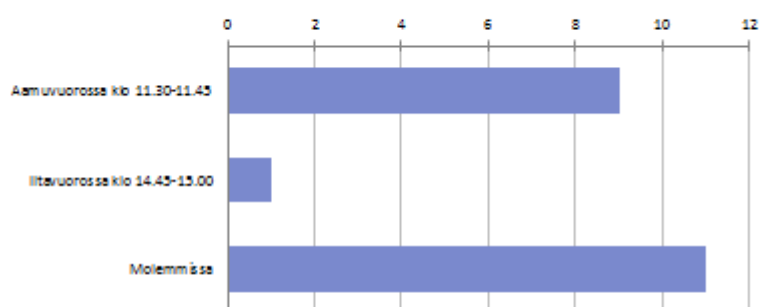
## Mikä olisi todennäköisin asioimispaikkasi? (N=111)



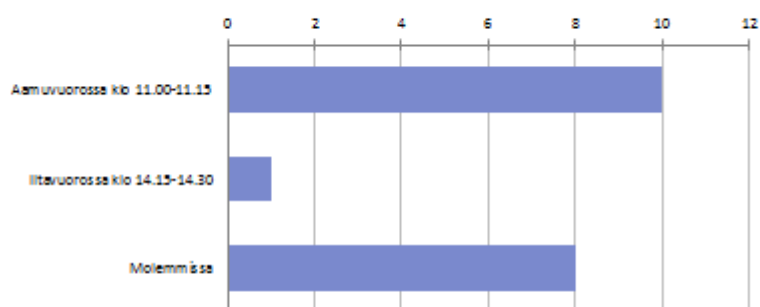


4(5)

6 krs / Missä työvuorossa mahdollisesti käyttäisit tätä palvelua? (N=21)



C / Missä työvuorossa mahdollisesti käyttäisit tätä palvelua? (N=19)



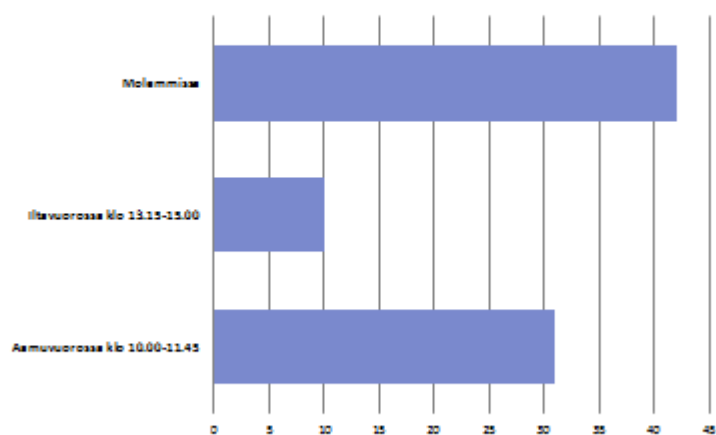
5(5)

K /Missä työvuorossa mahdollisesti käyttäisit tätä palvelua?  
(N=28)



## Yhteenveto

Missä työvuorossa mahdollisesti asioisit





Liite 2. lounasvaunun hoitajan työnkuvaus

**TOIMENKUVAT KIERTÄVÄN MYYNTIVAUNUN HOITAJALLE:**

- **8.00 MYYNTIVAUNU KYLMENEMÄÄN**
- **SALAATTIEN PAKKAAMINEN** (Salaattikokki on varannut komponentit valmiiksi tasovaunulle)
- **JÄLKIRUOKIEN PAKKAAMINEN MYYNTIVAUNUUN JA RUOKASALIIN** (Jälkiruokakokki auttaa tarvittaessa esim. rahka)
  
- **9.40 MYYNTIVAUNUN TÄYDENTÄMINEN MYYNTIKUNTOON** (lounaat, salaattit, sal.kastikkeet, jälkiruuat, leivät ja levitteet)
  
- **9.50 LÄHTÖ MYYNTIKIERROKSELLE**
- **10.00 – 10.20 B – SIIPI 6. KRRROS HISSIAULA**
- **10.30 – 10.45 K – SIIPI 1. KERROS HISSIAULA**
- **11.00 – 11.20 C – SIIPI 1. KERROS SISÄÄNKÄYNTI**
  
- **11.30- 11.50 LOUNASTAUKO**
  
- **12.00 – 13.25 LOUNASRUOKIEN PAKKAUS SEURAAVAA PÄIVÄÄ VARTEN** (myyntivaunuun ja ruokasaliin)
  
- **13.25 – 13.35 KAHVITAUKO**
  
- **13.40 LÄHTÖ MYYNTIKIERROKSELLE**
- **13.45 – 14.00 K – SIIPI 1. KERROS HISSIAULA**
- **14.10 – 14.30 B – SIIPI 6. KERROS HISSIAULA**
- **14.35 – 14.50 C – SIIPI 1. KERROS SISÄÄNKÄYNTI**
  
- **15.00 – 15.39 MYYTYJEN ANNOKSIEN MUISTIIN KIRJAAMINEN, OMAVALVONTAAN LÄMPÖTILOJEN MITTAUS, MYYMÄTTÖMIEN ANNOKSIEN HÄVITTÄMINEN TAPLETTIKASSAN TELAKKAAN VIENTI JA VAUNUN PYYHKIMINEN SEURAAVAA PÄIVÄÄ VARTEN.**



Elämän  
tähden

## Kiertävän Lounasvaunun myyntitoiminta alkaa 5.10.2015



Maistuva lounas  
mukaan nopeasti  
ja helposti



### Myyntipisteet ja myyntiajat

Myynti arkipäivisin

- B-siipi 6. krs

Klo. 10.00 - 10.20, 14.10 - 14.30

- K-siipi 1. krs hissiaula

klo. 10.30 - 10.45, 13.45 - 14.00

- C-siipi 1. krs sisäänkäynti

klo. 11.00 - 11.20, 14.35 - 14.50

### Tuotteet

- Lounas
- Kasvislounas
- Ruokasalaatti
- (kaksi vaihtoehtoa)
- Jälkiruoka
- Leipäannos + levite

Annokset ovat jäähdytettyjä ja pakattuja.

### Maksaminen

- Timecon - kulkunapilla
- Pankki- tai luottokortilla

**TERVETULOA**  
Tays Ruokapalvelut

Pirkanmaan sairaanhoitopiiri

## Liite 4. Myyntivaunun toiminta

### Lounaiden myyntivaunu rullaa liikenteeseen

Pitkään suunnitteilla ollut ruoka-annosten myyntivaunu starttaa toimintansa Tays Keskussairaalassa maanantaina 5. lokakuuta. Myyntivaunun tarkoitus on tehdä henkilöstön ruokailusta sujuvampaa ja helpompaa erityisesti sellaisissa yksiköissä, joista on hankala irrottautua henkilöstöravintolaan joko työn luonteen tai pitkän etäisyyden vuoksi. Esimerkiksi leikkausosastoilla ja Acutassa on toivottu ruoan kuljetuspalvelua.

Myyntivaunu kiertää arkisin aamu- ja iltapäivällä. Sen pysäkit ovat B-tornin 6. kerroksen hissiaulassa, K-siiven 1. kerroksen hissiaulassa ja C-siiven 1. kerroksen sisäänkäynnillä. Aikataulun voit katsoa alla näkyvästä esitteestä.

Vaunua on toivottu myös Finn-Medi-rakennuksiin, mutta valitettavasti sen kuljettaminen ei onnistu kantatalon ulkopuolelle.



Katri Peltoniemi ja upouusi myyntivaunu.

Myyntivaunun ruoka on valmistettu cook & chill -menetelmällä, eli annokset ovat jäädytettyjä. Menu ei ole sama kuin ruokasalissa, ja myös myyntivaunun ruokalistan voi vastedes tarkistaa Intran [Ruokalista-sivulta](#).

Annospakatun lounaan ja kasvislounaan lisäksi vaunussa on myynnissä kahta ruokaisaa salaattia, leipäannoksia sekä jälkiruokaa. Hinnat ovat samat kuin henkilöstöravintolan teikövei-annoksilla. Ruokavaunuostokset voi maksaa pankki- ja luottokorteilla tai Tímecon-napilla. Turvallisuussyiden vuoksi ruokavaunussa ei käytetä käteistä rahaa lainkaan.

Myyntivaunun palvelu on kehitetty henkilöstöä varten, mutta myös muut halukkaat voivat ostaa annoksia. Ateriat kiinnostanevat ainakin vanhempia, jotka viettävät aikaa lastensa kanssa C-siiven osastoilla.

Myyntivaunun toiminta on Taysin uudistamisohjelmaan kuuluva pilottihanke, johon on saatu investointi- ja kehittämisrahaa. Projekti lähti liikkeelle helmikuussa. Pitkällisen suunnittelutyön lisäksi vaunun hankinta oli oma lukunsa: sopivia vaunuja ei ollut markkinoilla, joten sellainen teetettiin Ruotsissa.

Kokeilu on täysin uusi, joten kun vaunu pyörähtää liikkeelle, ruokapalvelun väki toivoo palautetta ja kehitysideoita.

- Tämä on meillekin aivan uusi asia, ja kehitämme palvelua kokemusten perusteella, ravitsemistyönjohtaja **Katri Peltoniemi** sanoo.

Palautetta voi jättää ruokapalveluiden [palautesivun](#) kautta.